

“社会性死亡”不能成为伤人利器

本报评论员 林琳

后发布朋友圈曝光了学弟个人信息,威胁要其“社会性死亡”。而校方调取的监控证实,骚扰并不存在,学姐出来道歉。事情反转后,一些网友对此学姐展开了“人肉”和声讨,也有要其“社会性死亡”之意。

“社会性死亡”并没有明确定义,大体意思是把一个人的丑事、坏事公之于众,让其在熟人圈乃至社会范围内颜面扫地,进而让其在社会上混不下去。这一说法更早进入公众视野,是几个月前的“梁某罗某某事件”。彼时,女方梁某在微博上发长文,讲述自己被男友罗某某强奸,并公布了罗某某的诸多个人信息。罗某某自称“遭受了巨大的身心伤害,现在完全社会性死亡,声誉尽毁”。不久,事件反转,女方承认发出的内容都是假的,双方表示已经和解。

互联网时代,“人人都有麦克风”,网友的点击和围观成为一种力量,促成了一些问题的解决,有的冤案被平反,有的真相被披露,有些现象被批驳。这当中,所涉人员有的堪称被“社会性死亡”,比如一些人设崩塌的明星,一些行为失当的公众人物,一些舆情漩涡中的事件主角。

但与此同时,问题也暴露出来,即某种程度上出现了“人人都当执法者”“人人想当

裁判者”的趋势。具体来说,动辄曝光某人某事,让所涉人员“社会性死亡”成了一些人对待个人恩怨、解决个人问题的常用手法。如果是实事求是、确有其事,诉诸其它途径未果,或许可以理解,问题是,有些人想要他人“社会性死亡”的原因和事件本身根本站不住脚,有的是主观猜测,有的是夸大其词,有的甚至到了无中生有、随意杜撰、栽赃诽谤的地步。而一些网友一会儿谴责被曝光者,事情反转后又大骂曝光者,如此,形成一股网络暴力。这种“键盘伤害”有时堪称“数字谋杀”。

如此行为的涟漪效应正在显现——对被造谣、指责的个人而言,舆论的打击可能是毁灭性的,就算没有被“社会性死亡”,当事人名誉、生活、工作也会不同程度受损;于整个网络生态来说,这种随意曝光他人、动辄要人“社会性死亡”的行为显然构成了一种秩序扰乱和环境污染,网友被戏耍,节奏被带偏,最后一地鸡毛;而对社会来说,这种私人“审判”和网络暴力的影响已然溢出“屏”外,诸多处理现实纠纷时首先想到诉诸网络、挑逗公众情绪,比如,觉得买东西物价贵要网上曝光人家,跟朋友吵架了,就到网上揭短指责;大街上随便拍下某一场景,就发到

网上感慨、吐槽一番……长此以往,网络空间会越来越充斥鸡零狗碎的八卦、不明真假的“热点”、隔空对骂的戾气,这势必会大大消耗公共舆论资源,会拉低公共舆论空间的品质和成色。

“社会性死亡”不能成为伤人的利器。尤其是对那种造谣生事、动辄要人“社会性死亡”的恶意攻击,对那些随意侵犯他人名誉及权益的情况,我们必须警惕,坚决遏制。互联网不是法外之地,它是每个人需要道德自律且受到法律他律的场所,是每个人要对个人言行负责的地方。不管是发起让人“社会性死亡”的始作俑者,还是跟风而上、挥舞舆论大棒的围观者,都不能、不该任性妄为。要知道,民法典、网络信息内容生态治理规定、个人信息保护法等相关法律法规将越来越完善。未来,动辄让人“社会性死亡”,操刀的、递刀的、随便站队的,或许都将面临法律的制裁。与此相应的,我们更应该为那些为网络的天朗气清、为真相和正义作贡献的行为点赞、喝彩。

在互联网上,我们需要的永远都是真实、真诚、温暖、理性的声音,这一点,无论网络技术发展得多先进、网络生态进化得再多元,都不会改变。



长此以往,网络空间会越来越充斥鸡零狗碎的八卦、不明真假的“热点”、隔空对骂的戾气,这势必会大大消耗公共舆论资源,会拉低公共舆论空间的品质和成色。在互联网上,我们需要的永远都是真实、真诚、温暖、理性的声音,这一点,无论网络技术发展得多先进、网络生态进化得再多元,都不会改变。

12月1日《法治日报》聚焦了近日引发广泛关注的“社会性死亡”话题。在最近一桩与此有关的“清华学姐事件”中,清华大学一女学生称自己在学校食堂被一名学弟性骚扰,随

热气球坠亡事故,为网红旅游项目敲响警钟

陈广江

据12月1日新华社报道,11月30日,云南腾冲市一景区发生升放热气球工作人员意外坠落事件。当晚,该市政府新闻办公室通报,当天热气球活动结束后,地面工作人员准备收起热气球时突然刮起大风,导致热气球被风吹起再次升空,一名地勤工作人员未及时放手,被带到空中后坠落身亡。目前,该景区已被要求停业整顿。

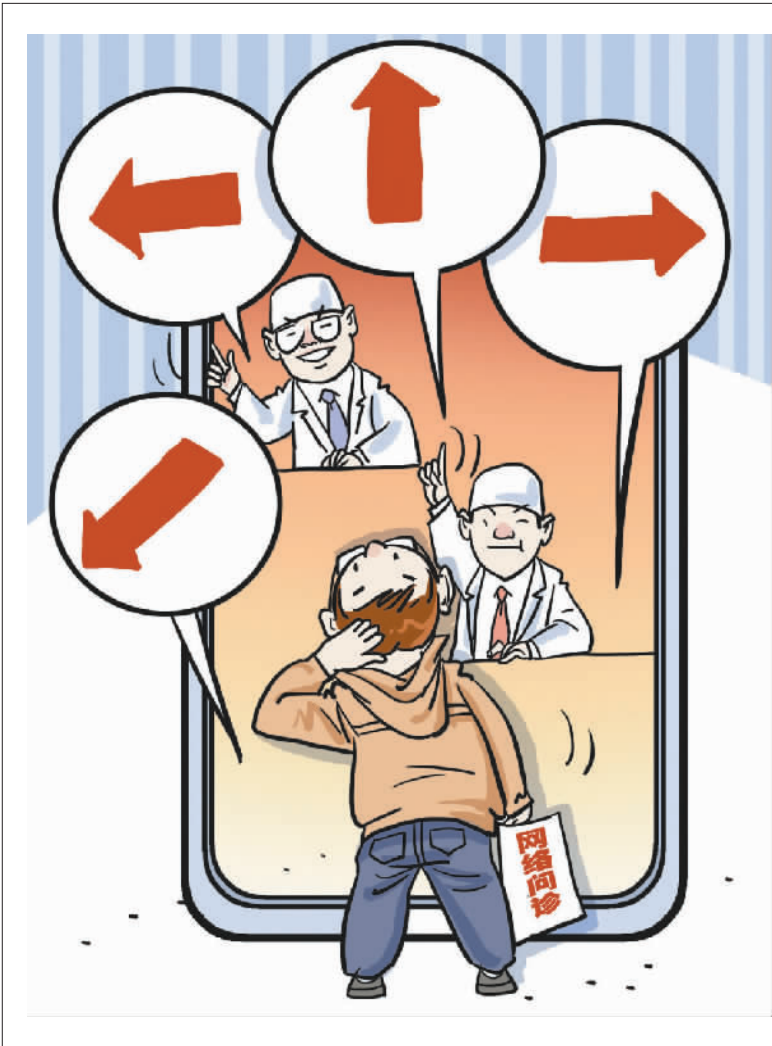
事故发生时的视频,隔着屏幕都让人感觉到恐惧和绝望。目前,事件调查及善后处理工作还在进行中。近年来,类似事故发生了不少——10月2日,湖南株洲某热气球飞行营地,一名兼职大学生从热气球上坠落身亡;10月7日,陕西白鹿原白鹿仓景区突遇瞬间强阵风,热气球离地,地勤人员被带起;去年国庆节,山东烟台马家沟景区一氢气球绳子断裂,一对母子坠亡,经营者被迫追究刑事责任……

热气球曾被国际航空联合会列为“最安全的飞行器”,但事实上,安全是相对的,再发达的技术、再完美的数据都保证不了百分之百的安全,气象、风速、设备、燃料及操作等任何一个环节都有可能成为隐患,造成伤亡事故。

人们喜爱热气球项目,也因此,越来越多的旅游景点开设了热气球观光游。景区的想法显而易见:热气球是网红项目,足以带火一个景区,进而带来真金白银。

问题是,在赚钱过程中,有些景区是不是放松了相关安全保障?比如,天气是热气球飞行的关键条件之一,工作人员在执飞前要加强气象研判、做好应急预案,像“突然刮起大风”之类的情况本应是应急预案中必不可少的内容。再如,对相关设施设备的安全性,是否严格落实了飞行前的检查、定期维修养护,等等。

近年来,旅游景区新上马的网红项目不少,除了热气球,还有彩虹滑道、玻璃栈道、高空速滑、悬崖秋千等。此番事故再次为一些匆匆上马、遍地开花的热门旅游项目敲响了警钟——在保障安全的问题上不能有丝毫松懈和马虎,否则极有可能“成也网红、败也网红”。面对别人的事故,诸多景区尤其是有类似项目的景区都须打起精神、时刻警惕。



图说

同病不同诊

据《中国青年报》报道,在线医疗大幅发展的同时,网络问诊、开药过程仍存制度漏洞,导致公众体验并不算太如意。比如同一病例在不同平台问诊,医生给出不同的诊断结果,让患者有些无所适从。

互联网医疗发展如火如荼,满足了一些轻症患者求医问诊的需求,未来发展可期。但当前出现同病不同诊的情况值得关注,这体现了互联网医疗中存在的一些弊端,也是未来需要着力改善的问题。同病不同诊,并不一定是医生资质差、水平低,相反,医生们各有所长,经验不同,加上隔着屏幕难以做到传统的“望闻问切”,或者患者病情描述不够准确、上传检查报告不全面等,诊断结果难免有差异。因此,有必要与线下诊疗规章制度一样,对“网络问诊”进行约束,定标准、提要求。在线医疗必须在严谨规范的轨道上运行,这是有关各方努力的方向。

赵春青/图 弓长/文

清除“商业水军”也是优化营商环境

何勇海

据11月30日《中国市场监管报》报道,11月28日,由浙江大学等单位举办的“2020数字化治理高峰论坛”发布了一份报告,指出“商业水军”隐蔽聚集在不同的社交群组,给营商环境、社会公共资源、社会风气带来恶劣影响,呼吁社交等各大互联网平台自觉承担社会责任,共同挤压“商业水军群组”生存空间。

在社交媒体时代,基于“同声相应、同气相求”而建立的各类网络社交群组,让社交关系呈现出网络化、多维化、多元化的特征。正因此,网络社交群组在特定人群中有着“一呼百应”甚至“众口铄金,积毁销骨”的能量。于是,一些别有用心者组织起一个个“商业水军群组”,招募人员,组织培训、分发任务,“拿人钱财与人消灾”,或者实施敲诈勒索,进行诸如诋毁特定对象、网络诈骗、恶意评价、恶意

投诉等行为,破坏公平竞争的商业秩序,误导消费者。

前不久,有媒体报道“职业差评师”聚集于多个社交群组,出没于各大电商平台和餐饮外卖平台,利用评价规则和店主对差评的恐惧心理,索要“好处费”“删帖费”,严重损害商家的信誉和权益,扰乱了平台经营和正常的经济秩序。

时下,将“商业水军”作为一门生意,开展违法违规业务的人和组织,恐怕不是个别。比如,在“商业水军”群组中搜索“刷”这个关键词,会出现上千个“刷量”群组,刷分、刷赞、刷销量则有:搜索“推广”关键词,则会出现上千个黄牛党群组,通过囤积大量优惠券、利用技术手段参与秒杀等方式赚取差价……“商业水军”某种程度上已成为营商环境的新痛点、新增点。据报道,一家外卖餐馆被“恶意差评”连续攻击半个月,店铺销量骤降一半。

公平有序的营商环境关乎企业健康发

展。近年来,各地都在大力优化营商环境,清除阻碍创业创新、破坏营商环境的藩篱。从这个角度看,下大力气治理“商业水军”,也是优化营商环境的内在要求。与各地按照行政区划、属地管理原则各自优化投资环境、出台减免税费优惠政策等举措不同的是,治理存在于互联网、没有明显区域边界的“商业水军”,应该是一场合力围剿。各地各相关部门应创建和完善沟通协作机制,共同应对。同时,社交平台也应自觉承担社会责任,有针对性地制定治理策略,在技术上挤压“商业水军”的生存空间。

对“商业水军”及所在平台,有关部门应强化监管,引导平台加强群组管理,建立与完善“商业水军”及“商业水军群组”的判断标准,用数字化技术手段拦截或剔除;建立健全投诉举报渠道,设置便捷举报入口,等等。总之,社交群组这潭清水不能被“商业水军”搅浑。

过错,则不必支付经济补偿。

法律这样规定,不仅是保护劳动者的合法权益,也是为了防范员工无故辞职可能给企业造成损失。而令人无语的是,这样的规定被一些企业利用,进而成为减少用工成本逃避补偿责任的“武器”甚至法宝。

劝退式侵权屡屡得逞,有多方面原因,比如,企业行事隐蔽,不易发现;劳动者依法维权意识淡薄,缺乏举证维权的能力;相关职能部门以劳动者“不告不理”为由,未及对违法企业祭出惩戒利剑,等等。

不管怎样,以种种手段威胁、强迫员工“自愿辞职”的企业不应再我行我素、肆无忌惮,有关各方更应对劝退式侵权坚决说“不”。有关部门要积极作为,依法监管、惩戒,倒逼企业端正心态、收敛侵权行为。而被迫“自愿辞职”的员工,要多些维权意识,多些证据意识,主动争取、维护自己的合法权益。

某种角度上说,这一个案对更多劳动者和企业都有启发和警示意义。

融媒作品选粹

卯家湾的劳动竞赛



为了如期建好易地扶贫搬迁安置区,项目部工会主席龙再华在工地上办起了劳动竞赛,工人们一边比,一边学,工地一天一个样……一起来看承载了3.6万名搬迁群众的安置工程,是如何在云南鲁甸卯家湾拔地而起的。

►扫描右侧二维码,观看工人日报融合报道《工会扶贫故事|劳动竞赛》



张继先:我只是做了医生该做的事



在今年评选的全国劳模和先进工作者中,有一批在抗击新冠肺炎疫情一线作出突出贡献的先进个人。湖北省中西医结合医院呼吸与危重症科主任张继先就是其中之一。2019年12月27日,张继先最早发现新冠肺炎疫情苗头,并和院方一起坚持上报,成为湖北“疫情上报第一人”。在她看来,这只是做了一名医生该做的事情。

(本报记者 曲欣悦 杨登峰 王伟伟 郝赫)

►扫描右侧二维码,观看工人日报融合报道《【一线劳模说】张继先:我只是做了一名医生该做的事》



亲子鉴定师:揭开谜底的人



从事亲子鉴定工作17年,邓亚军看尽人间冷暖悲欢。在她看来,亲子鉴定师不过是揭开谜底的人,“不要给一项技术贴上太多的道德标签”。实际生活中,亲子鉴定应用广泛,如犯罪嫌疑人、被拐卖儿童的身份确定,户籍登记、财产继承纠纷、非婚生子女的血缘鉴定等。

(本报记者 安彦琛 刘金梦)

►扫描右侧二维码,观看工人日报融合报道《“我不过是揭开谜底的那个人”|三工视频·新360行之亲子鉴定师》



外卖小哥们的错峰优惠餐



在北京朝阳区的一家连锁餐饮店,每天中午和晚间的用餐高峰后,的士司机、外卖骑手、快递员、网约车司机凭接单记录可享受优惠套餐。店主介绍,深知打工者挣钱不易,所以推出爱心套餐。就餐的外卖小哥称,错峰优惠套餐很合适,省了不少钱。

(本报记者 曲欣悦 本报实习生 于芊芊 王宇)

►扫描右侧二维码,观看工人日报融合报道《暖心又暖胃!北京一饭店为外卖员提供错峰优惠餐》



文字整理:袁非涛

劝退就是劝退,别拿“自愿辞职”当幌子

张智全

“自愿辞职”实际是企业劝退?近日,江苏省总工会公布了全省工会劳动法律监督十大典型案例,其中,无锡市锡山区总工会调解的一起员工“自愿辞职”引发的劳动纠纷引人关注。“劝退对王某形成压力,使其违心辞职,却未消除王某对试用期考核的异议;对于刘某,没有合法解除依据又未经协商一致的劝退必然引发纠纷。”(见12月1日《工人日报》)

劝退员工,是指企业对一些员工,通过

做思想工作、协商等方式,与其解除劳动合同。根据《劳动合同法》的规定,对这种协商解除劳动合同的行为,企业应依法支付劳动者经济补偿。然而现实中,一些企业想辞退员工却不想支付经济补偿,于是移花接木,用各种手段迫使员工“自愿辞职”。

上述事件中这家企业在员工王某试用期未届满、刘某刚过试用期一天的节点上劝退二人,以王某“自愿辞职”、刘某“尚未解除劳动合同关系,仍可继续上班”为由,不支付劳动合同法规定的经济补偿。这种操作真是让员工“哑巴吃黄连”——明明是劝退,明明该依法补偿,却拿“自愿辞职”当幌子,逃避责任,企业的

算盘可谓打得精明。

在工会调解下,两名员工维护了自己的合法权益。但需要警惕的是,企业披着“自愿辞职”的“马甲”劝退员工的行为,恐怕不是个案,劳动监察执法部门应加强对类似劝退式侵权行为的识别和惩治力度,念好“紧箍咒”。

时下,不少企业在劝退员工时,故意不按法律的规定“出牌”,挖空心思让强制劝退穿上“自愿辞职”的“马甲”,目的无非是省下一笔经济补偿费。根据法律规定,用人单位劝退劳动者,应与其协商确定经济补偿金,一般情况下按劳动者月平均工资和工作年限计算。而员工自愿离职,如果用人单位无